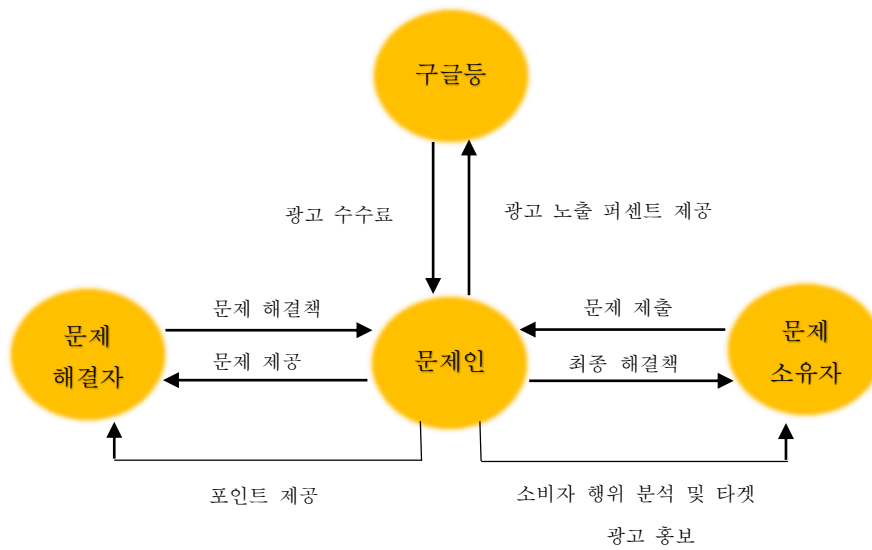


## 비즈니스 모델 검토:



## 시장 세분화(브레인스토밍)

남자, 20대 후반, 싱글, 14~24살, 소통능력이 차한 사람, 중국, 중국어, 영어, 대졸, 직업을 찾는 사람, 수입이 없다, 몸매가 약하고 밥 제대로 먹지 않고, 게임을 좋아하고 운동경험이 적고 직장을 찾고 있고 사회경험이 적다. 출세하고 싶다. 여자. 외모에 관심 많다. 가정주부. 음식 먹기 좋아한다. 패션에 관심이 많다. 이성에 관심 많다. 아침에 잠을 자고 저녁에 활동을 한다. 소극적이다. 생활에 관심이 점점 많아진다. 호기심이 많다. 남을 돕기 좋아한다.

## 거점 시장 파악

1. 20대 중반, 여성, 대졸, 패션에 관심 많음, 남친 있음
2. 30대 중반, 여성, 가정주부, 직장 없음, 친구 적음, 아이를 가져서 아이에 대한 문제가 많다
3. 20대 초반, 문제에 매우 집착하다, 완벽주의, 승부욕이 강하다, 인정을 받는것에 집착하다.
4. 10대 학생 여자, 경쟁심이 심함, 공부를 하기 좋아함, 새로운 지식에 대해 호기심을 가진다, 보다 정확한 답안과 많은 사람의 인정을 받는다.
5. 40대 남자, 여유시간이 많다, 경험이 많이 쌓였다. 핸드폰을 가지고 있다.

목표고객: 26세 남성, 고정 일자리가 없어서 여유시간이 많은 여친없는 싱글, 일상생활에 대한 경험이 많고 친구가 적지만 남을 도와주기 좋아하고 승부욕이 강하고 인정을 받을때 많은 희열을 느낀다.

## 목표 고객 페르소나 작성

페르소나 파일을 참조하시길 바랍니다.

## USE Case (사용자 시나리오) 작성

문제 해결자:

욕구, 지식을 가지고 있다→앱 유람, 자기가 해결할수 있는 문제 찾다→문제해결 방안을 제출→문제인의 선정받음→성취감, 포인트, 할인권을 받을 기회 생김

문제 질문자:

문제 의혹이 생김→앱 등록→문제 등록→많은 해결책을 받는다→유용한 해결책을 선정→문제 해결→만족감을 느끼게 한다

Before: 해동이는 여유시간이 많아 자신이 관심분야에 대한 지식을 점점 많이 쌓고 있다. 나이가 들수록 지식을 사용하여 인정받고 싶은 욕구가 생기고 사회에서 자신의 가치를 찾고 싶다. 친구들은 문제 있을때 늘 해동이를 차자오는데 해동이의 친구들은 모두 해동이가 모르는 문제 없는 친구라고 칭찬한다. 하지만 친구가 적은 해동이는 더 많은 인정과 찬양을 받고 싶어한다.

After: 이 앱을 접촉한후 등록된 문제에 자신이 해결할 수 있는 문제가 많고 해결한 답장후에 많은 사람들에게도 도움이 되는것을 발견한 해동이는 많은 희열을 느꼈다. 또한 포인트로 상품할인을 할 수 있는 것을 통해 생활용품 구매에 많은 절약도 할수 있어서 만족을 느끼고 있다.

## 제품/서비스 브로슈어(제품설명서) 작성

왜 우리의 앱을 사용하는가? 세상에는 많은 문제들이 있습니다. 당신이 문제가 아닌 일을 다른사람에게 큰 문제가 될수 있습니다. 세상에 문제가 더이상 존재하지 않은 그날 까지 우리는 당신과 함께 노력할것 입니다.

당신의 능력으로 문제 해결능력 등급을 올릴수 있고 획득한 포인트로 타우바우의 할인권을 바꿀수 있는 기회를 드립니다.

당신의 문제를 문제인으로 보내세요. 해결책이 있는 당신, 세상에 모든 문제가 당신의 해결을 기다리고 있습니다.

## 1 page 홍보지 제작

미완성

사업 성공을 위한 핵심역량 정의

문제해결에 중심을 둔다. 사용자에게 편리를 주고 사용자의 인정받는 희열을 통해 사용자의 마음을 사로 잡는다. 인터넷 쇼핑업체하고 협력을 하여 할인권을 교체할수 있는 권력을 주는것으로 문제 해결자의 해결책의 질을 높고 성의있는 해결책을 도출할수 있다. 즉 문제의 해답의 질을 중요시 하는것이다. 또한 앱으로 핸드폰에 설치하여 손쉽게 언제나 사용할수 있습니다.

경쟁사 분석

네이버 지식인: 일반 사람들이 능히 사용하고 있는 문제해결 인터넷 홈페이지. 문제의 질이 높지 않다, 많은 사람의 참여하는 면에서 부족하다, 홈페이지라서 사용 편리도가 앱보다 차하다.

경쟁력 포지셔닝 차트 그리기

